

Persepsi dan tindakan pengusaha UMKM terhadap program pemerintah (SEHATI) sertifikasi halal gratis (studi kasus di kabupaten Ngawi provinsi Jawa Timur)

Dina Mazidhatul 'Ulya¹, Parji¹, Muhammad Hanif¹

¹Universitas PGRI Madiun Jl Auri No 14-16, Kota Madiun, Jawa Timur, Indonesia,
dinamazidhatululya1@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa persepsi dan tindakan pengusaha UMKM terhadap program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis) studi kasus di Kabupaten Ngawi Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus yang dilakukan pada UMKM yang ada di Kabupaten Ngawi. Langkah dalam pengambilan data tersebut meliputi observasi, pengambilan data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan Kesimpulan. Waktu penelitian dilaksanakan sejak Oktober 2023 sampai dengan Juni 2024. Teknik Pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi dan Tindakan pengusaha UMKM ditinjau dengan tiga komponen yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konoatif menghasilkan jawaban yang masih terbatas oleh para informan.

Kata kunci: Pengusaha UMKM, Tindakan, Persepsi.

Perceptions and actions of MSME entrepreneurs towards the government program (one heart) free halal certification (case study in Ngawi district, East Java province)

Abstract

This research aims to analyze the perceptions and actions of MSME entrepreneurs towards the SEHATI (Free Halal Certification) case study program in Ngawi Regency, East Java Province. This research uses qualitative research with a case study research strategy carried out on MSMEs in Ngawi Regency. The steps in collecting data include observation, data collection, data collection, data presentation, conclusion drawing. The research time was carried out from October 2023 to June 2024. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. The results of this research are that the perceptions and actions of MSME entrepreneurs are reviewed using three components, namely the cognitive component, affective component and conative component, resulting in limited answers from the informants.

Keywords: MSME Entrepreneurs, Actions, Perceptions.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa kita sebut sebagai UMKM memiliki peran penting dalam peningkatan perekonomian nasional, diketahui sebanyak 64,2 juta atau 99 % unit usaha di Indonesia Rachma dkk (dalam Hadya Jayani, 2021). Pertumbuhan UMKM yang kian pesat di Indonesia memberikan suatu ide gagasan bagi pemerintah untuk dapat mendukung para pengusaha UMKM agar dapat meningkatkan penjualannya. Dengan membuat suatu undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang tadinya bersifat sukarela menjadi wajib bagi seluruh pengusaha UMKM makanan dan minuman. Kendala yang terjadi pada UMKM di Indonesia adalah belum bisa menerapkan kebijakan pemerintah yang telah diatur (Gunawan dkk, 2020). Sehingga pemerintah membuat suatu program sertifikasi halal secara gratis yang dinamakan

DOI: [10.25273/equilibrium.v2i13.21864](https://doi.org/10.25273/equilibrium.v2i13.21864)

Copyright © 2025 Universitas PGRI Madiun

Some rights reserved.



(SEHATI) dengan jumlah kuota yang telah ditentukan, namun hal tersebut masih belum menyelesaikan persoalan mengenai tidak terlaksanakannya kebijakan yang telah tertulis dalam undang-undang nomor 33 tahun 2014 oleh para pengusaha UMKM yang berada di Indonesia terlebih di desa-desa terpencil khususnya di Kabupaten Ngawi. Secara psikologis manusia merupakan makhluk sosial dan juga makhluk individual yang memiliki perbedaan fisik, latar belakang, pola pikir, dan karakter yang berbeda-beda pada setiap individu, melalui perbedaan tersebut tentu akan menimbulkan pemahaman yang berbeda-beda pada setiap individu. Persepsi atau pemikiran pengusaha UMKM menjadi suatu hal yang diperbincangkan oleh para Pendamping Proses Halal (PPH) yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia khususnya Ngawi. Pengusaha UMKM cenderung berfokus kepada pemenuhan kebutuhan pokok pribadi tanpa mempertimbangkan kelayakan produk dari usaha yang dijadikan sumber penghasilan. (1) Pengusaha UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan dalam pengajuan sertifikasi halal sehingga menjadi kendala dalam penjaminan produk halal di Indonesia sedangkan Industri yang bersertifikasi halal menjadi satu hal yang sangat penting beberapa tahun kebelakang sehingga hal tersebut menjadi salah satu alasan bagi pemerintah untuk membuat program sertifikasi halal secara gratis bagi para pengusaha UMKM. Malaysia baru-baru ini menduduki peringkat *Global Islamic economic index (GIE)* Bersama dengan Arab Saudi selama delapan tahun berturut-turut menduduki peringkat ke-2, kemudian Uni Emirat Arab berada di posisi ke-3, dan Indonesia menduduki posisi ke-4 (Febriyani dan Nawawi, 2022). Indonesia dengan jumlah pengusaha UMKM 64,2 juta dan mayoritas penduduk memeluk agama islam masih kalah dengan Malaysia dalam hal kelayakan produk makanan atau minuman, hal ini dapat menjadi dorongan positif agar Indonesia mampu maju dalam dunia industri halal dan menjadi halal *centre* dunia. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini difokuskan pada hal-hal sebagai berikut : (1)Persepsi pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI).(2)Tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). (3)Fakta-fakta yang mempengaruhi persepsi dan tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). Berdasarkan fokus penelitian, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : (1)Bagaimanakah persepsi pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI),(2)Bagaimanakah tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI),(3)Fakta-fakta apakah yang mempengaruhi persepsi dan tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan persepsi pengusaha UMKM di kabupaten Ngawi terhadap Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). (2) Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan tindakan pengusaha UMKM di kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). (3) Untuk mendeskripsikan fakta yang mempengaruhi persepsi dan tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). Kajian Pustaka

Pengertian Persepsi menurut Dzulfahmi (dalam Asrori, 2009:214), pengertian persepsi adalah proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan, dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan dimana individu tersebut berada, yang berasal dari proses belajar dan pengalaman. Persepsi merupakan sebuah pemikiran mengenai suatu hal yang tampak dan mengandung nilai oleh karenanya persepsi merupakan pemaknaan dari stimulus dan menghasilkan suatu respon Faktor yang dapat mempengaruhi persepsi

Perhatian menjadi syarat terbentuknya persepsi. Persepsi yang diungkapkan dikirimkan ke orang lain dengan menggunakan saluran komunikasi, dan persepsi yang diterima bisa berbeda tergantung faktor faktor yang menaruh perhatian terhadap stimulus Dzulfahmi (dalam Jalaludin Rakhmat, 2011). Perhatian yang tersedang terjadi difokuskan pada salah satu pancaindra manusia dan mengesampingkan stimulus yang masuk melalui selain pancaindra yang kita jadikan alat sebagai fokus. Inilah faktor dalam (internal) dan luar (eksternal) yang dapat mempengaruhi perhatian kita. (1) Faktor internal menaruh perhatian terhadap objek Dzulfahmi (2020: 22-23) Faktor internal merupakan faktor faktor yang terdapat dalam diri dari individu dan mencakup beberapa hal antara lain : (a) Faktor Biologis Faktor biologis merupakan informasi yang masuk melalui alat indra. Contohnya dalam keadaan lapar, seluruh pikiran didominasi oleh makanan.

Oleh karena itu, bagi orang yang lapar hal yang paling menarik perhatiannya adalah makanan. Sedangkan yang tidak lapar akan menaruh perhatian pada hala lain. Energi dan tingkat fokus setiap individu berbeda beda, sehingga perhatian seseorang terhadap objek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi dari suatu objek. Objek bervariasi tergantung seberapa banyak energi yang digerakkan untuk mempersepsi. Energi sebagai kecenderungan seseorang dalam memerhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat. Energi sebagai penentu dari seberapa kuat individu dalam mencari objek. (b) Faktor pengalaman dan ingatan Pengalaman dan ingatan saling berkaitan karena jika individu dapat mengingat kejadian lampau, maka faktor ini termasuk pengaruh internal yang saling berkaitan. suasana hati seseorang berpengaruh terhadap keadaan emosional dalam menerima atau memberi pesan, dan bereaksi dalam berkomunikasi. (c) Faktor Sosiopsikologis Merupakan penilaian berbeda antara satu individu dan individu lainnya terhadap satu objek yang sama. Contohnya Ketika kita memberikan satu pertanyaan kepada beberapa orang tentang satu objek yang kita perlihatkan tentu dari beberapa orang ini akan memiliki penilaian yang serupa namun dengan cara yang berbeda sehingga dapat dikatakan penilaian setiap individu terhadap satu objek yang sama dapat dikatakan berbeda jika tidak sama persis antara penilaian satu individu dengan individu yang lainnya.

Dzulfahmi (dalam Jalaludin Rakhmat, 2011: 56) memberikan contoh yang lain seperti halnya memberikan sebuah foto yang menggambarkan kerumunan orang banyak di sebuah jalan sempit. Tanyakan apa yang mereka lihat. Setiap orang akan melaporkan hal yang berbeda. Namun, seorangpun tidak dapat melaporkan berapa orang yang terdapat dalam foto tersebut. Kecuali mereka telah memperoleh informasi dan pertanyaan sebelum melihat foto tersebut. (d) Faktor motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan Dzulfahmi (dalam Jalaludin, 2011: 56) Mempengaruhi apa yang kita perhatikan. Contohnya dalam perjalanan naik gunung, seorang geolog akan memperhatikan bantuan. Ahli botani akan memperhatikan bunga-bunga, ahli zoologi akan memperhatikan Binatang, seniman akan memperhatikan warna dan bentuk. (2) Faktor eksternal penaruh perhatian (Dzulfahmi, 2020: 24) berpendapat bahwa fakta eksternal dalam pengaruhnya dengan persepsi adalah faktor yang kita perhatikan atas stimulus yang menonjol seperti : (a) Gerakan Seperti organisme lain, manusia secara visual tertarik dengan objek yang bergerak. Kita senang melihat huruf huruf dalam display yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan.

Manusia memiliki ketertarikan khusus pada benda benda yang dapat bergerak seperti halnya mobil remot kontrol, gambar bergerak dalam power point dan hal lainnya. (b) Intensitas stimuli Kita dapat memerhatikan stimuli yang menonjol dibandingkan yang lain seperti tinta hitam diatas kertas yang putih, noda baju, dan lain sebagainya. (c) Kebaruan Hal hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda tentu akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimulus yang mudah untuk diingat. Dengan ini maka orang orang membuat suatu yang berpengaruh dan selalu

mengalami pembaruan seperti halnya film di bioskop, kendaraan dengan teknologi mutakhir sampai dengan smartphone yang selalu mengalami pembaruan. (d) Perulangan Hal hal yang dilakukan secara berulang dan disertai dengan sedikit variasi tentu akan menarik perhatian. Dalam hal ini unsur yang sudah kita kenal dengan unsur yang baru kita kenal berpadu menjadi satu. Perulangan juga mengandung unsur lainnya seperti sugesti. Contoh perulangan adalah seperti iklan iklan yang muncul diberbagai media seperti televisi, smartphone, poster dan lain sebagainya yang mengandung slogan slogan dan dilakukan secara berulang tentu akan membekas pada individu yang menyaksikannya.

Tindakan menurut Max Weber membahas aspek-aspek perilaku yang dicerminkan dari birokrasi Weber pada struktur yang ditimbulkan dari rasa tidak percaya kepada kesanggupan dan kemampuan manusia untuk menciptakan rasionalitas tertentu, mendapatkan informasi yang baik, dan membuat keputusan yang obyektif. Premis perilakunya yang nampak adalah bahwa seseorang itu membutuhkan bantuan untuk sampai kepada pertimbangan pertimbangan yang baik (Miftah Thoha, 2012: 13). Sehingga tindakan yang dilakukan oleh seseorang bergantung kepada apa pemahaman yang dimilikinya. Weber menjelaskan lewat birokrasinya bahwa dia tidak setuju dengan tradisionalitas dan emotionalitas dalam pengambilan sebuah keputusan, sehingga harus berhati hati dalam mengambil tindakan. Menurut pendapat Weber tindakan adalah perilaku yang bermakna.

Stones mengatakan bahwa *“it is impossible to go very far in any direction within the world of social theory without having to confront serious questions thrown up by one or other dimension of social action”* kinseng (dalam Stones, 2009: 83). Mustahil untuk melangkah jauh kearah manapun dalam dunia teori sosial tanpa harus menghadapi pertanyaan serius yang diajukan oleh satu atau beberapa dimensi tindakan sosial. Sehingga dalam teori sosial terdapat beberapa dimensi tindakan sosial. Sementara itu,dengan nada yang berbeda Karl Marx juga membahas tentang tindakan manusia. Salah satu pernyataan beliau adalah *“Men make history, but they don't make it just as they please: they don't make it under circumstances chosen by themselves, but under circumstances directly encountered, given and transmitted from the past”* Kinseng (dalam Callinicos, 2004: 1). Manusia membuat Sejarah,tapi mereka tidak membuatnya sesuai dengan keinginan mereka, mereka tidak membuatnya dengan keadaan yang mereka pilih sendiri, tapi dalam keadaan yang ditemui secara langsung, diberikan dan diwariskan dari masa lalu. Sehingga dalam artian lain manusia hanya mempertahankan apa yang sudah diwariskan oleh orang tuanya tanpa melakukan perubahan, walaupun sebenarnya pada masa kini sudah banyak dari generasi yang melakukan perubahan. Mereka yang mempertahankan apa yang diwariskan cenderung tidak dapat membuat pilihannya sendiri karena segala sesuatunya hanya tinggal meneruskan apa yang sudah orang tua mereka kerjakan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut (Creswell, 2021:25) memiliki kecenderungan menggunakan asumsi-asumsi filosofis seperti klaim pengetahuan konstruktivis atau transformatif serta menerapkan strategi-strategi penelitian seperti fenomenologi, grounded theory, studi kasus, dan naratif. Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM yang ada di daerah Kabupaten Ngawi. Pemilihan lokasi ini dengan pertimbangan bahwa pengusaha UMKM merupakan penggerak perekonomian di Indonesia sehingga perlu dibantu dalam proses pembuatan sertifikasi halal agar produk tersebut terjamin halal dan kebersihannya. Pengusaha UMKM bersedia

berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan informasi yang dibutuhkan guna Menyusun penelitian ini. Sehingga menarik untuk meneliti persepsi dan tindakan pengusaha UMKM terhadap sertifikasi halal gratis yang memiliki dampak positif bagi perekonomian di Indonesia khususnya di Kabupaten Ngawi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan jenis data yang diperoleh atau dikumpulkan. Maka berdasarkan hal tersebut, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2015, 218-219) *sampling purposive* adalah Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua instrumen pengambilan data yaitu : (1) Instrumen utama Audio-visual Instrumen ini menjadi instrumen utama yang digunakan karena terlihat seperti alami tanpa ada unsur dibuat-buat. Dalam instrumen ini digunakan alat perekam dan alat tulis yang digunakan untuk mencatat. (2) Instrumen bantu Pedoman observasi Yaitu berupa pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap suatu objek pengamatan dan dituangkan dalam bentuk tulisan tentang persepsi dan tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program sertifikasi halal gratis (SEHATI). Pedoman Wawancara Pedoman wawancara yang digunakan berupa daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang dibagikan kepada pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi tentang program sertifikasi halal gratis (SEHATI).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Ngawi terletak di wilayah barat Propinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Propinsi Jawa Tengah. Luas wilayah Kabupaten Ngawi adalah 1.298,58 km² , di mana sekitar 40% atau sekitar 506,6 km² berupa lahan sawah. Administrasi wilayah ini dibagi dalam 17 kecamatan dan 217 desa, dimana 4 dari 217 desa tersebut adalah kelurahan.

Persepsi adalah salah satu aspek psikologis penting yang berperan bagi manusia dalam merespons berbagai fenomena dan tanda-tanda di sekitarnya. Bimo Walgito (1969) mendefinisikan persepsi sebagai proses dalam diri individu yang dimulai dari penerimaan rangsangan hingga pemahaman atas rangsangan tersebut, memungkinkan seseorang mengenali dirinya sendiri maupun lingkungannya (Joanes, 2014:2). Secara sederhana, persepsi dapat dijelaskan sebagai reaksi terhadap suatu objek yang menghasilkan rangsangan (Fahmi, 2019:11).

Dalam bagian ini, penulis akan menjelaskan bagaimana persepsi dan tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) yang didasarkan pada kebijakan pemerintah sesuai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Selain itu, akan dibahas pula faktor-faktor yang menjadi tantangan bagi pengusaha UMKM dalam mengikuti program ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di bidang makanan, ditemukan adanya beragam persepsi mengenai program sertifikasi halal. Ketika informan ditanya tentang pemahaman mereka mengenai s ertifikasi halal, rata-rata memberikan jawaban yang masih terbatas. Banyak di antara mereka hanya mengetahui bahwa sertifikat halal menunjukkan bahwa produk tersebut halal, namun kurang memahami proses pengurusan sertifikat dan biaya yang terkait. Di sisi lain, terdapat beberapa informan yang memiliki pemahaman lebih mendalam tentang regulasi terkait Jaminan Produk Halal. Pembentukan sikap terdiri atas komponen kognitif, yaitu pengetahuan atau pemahaman seseorang tentang suatu hal; afektif, yang mencakup perasaan atau emosi terhadap hal tersebut; dan konatif, yang mengacu pada perilaku atau tindakan nyata yang dilakukan berdasarkan pemahaman dan perasaan sebelumnya. Komponen konatif ini berkaitan

dengan langkah-langkah konkret yang diambil oleh pengusaha UMKM, seperti mendaftar, mengurus dokumen, dan mengikuti proses sertifikasi halal dalam Program SEHATI. Tindakan ini mencerminkan respons aktif pengusaha UMKM terhadap kebijakan pemerintah setelah mereka membentuk persepsi melalui proses kognitif (pemahaman tentang manfaat sertifikasi halal) dan afektif (pandangan positif atau negatif terhadap program tersebut).

Dalam menjalankan usaha, pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi menghadapi berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi dan tindakan mereka terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). Beberapa fakta yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM memiliki berbagai pandangan dan sikap terkait dengan program ini. Faktor-faktor seperti kendala finansial, peran pemerintah dalam sosialisasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan, serta budaya dan kepercayaan terhadap sertifikasi halal menjadi hal-hal yang turut memengaruhi keputusan mereka untuk mengikuti program SEHATI.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi dan tindakan pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Beberapa kendala utama, seperti kompleksitas administrasi, kurangnya informasi dan sosialisasi, serta terbatasnya pengetahuan pengusaha mengenai prosedur sertifikasi halal, ditemukan sebagai penghambat utama bagi pengusaha untuk berpartisipasi secara aktif dalam program ini. Kendala finansial dan kurangnya dukungan teknis juga memengaruhi keputusan mereka dalam mengikuti program SEHATI. Meskipun banyak pengusaha yang memahami pentingnya sertifikasi halal, realisasi partisipasi mereka masih terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan langkah-langkah strategis untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut agar program SEHATI dapat berjalan lebih efektif.

Pengusaha UMKM di Kabupaten Ngawi memiliki pemahaman yang positif mengenai program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI), terutama terkait dengan pentingnya sertifikasi halal untuk menjaga kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Namun, beberapa faktor yang menjadi kendala dalam implementasinya antara lain proses yang dianggap birokratis dan memakan waktu, serta kurangnya sosialisasi dan pemahaman yang mendalam tentang prosedur sertifikasi halal. Meskipun ada usaha untuk mengurus sertifikasi, pengusaha masih dihadapkan pada tantangan terkait kendala teknis dan ketidakjelasan informasi mengenai tata cara pendaftaran.

Kendala-kendala ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman akan manfaat sertifikasi halal dan kesulitan praktis yang dihadapi dalam melaksanakan program SEHATI. Oleh karena itu, peran pemerintah sangat penting dalam memastikan agar program ini dapat dijalankan dengan baik, mulai dari sosialisasi yang lebih luas hingga penyederhanaan proses administrasi dan memberikan dukungan teknis yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Briliant, dkk. (2020). Analisis Respon Pelaku Usaha Minuman Kopi (Coffee Shop) Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomikus dan Bisnis Islam*. 3(2).
- Creswell. (2021). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Edisi keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dzulfahmi. (2020). *Persepsi Bagaimana Sejatinnya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir kita*. Yogyakarta: Psikologi Corner.
- Fahmi, Irham. 2019. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

- Handayani,Tati, Angga Resti, Anggi. (2022). Persepsi Generasi Milenial dalam Memilih Produk Bersertifikasi Halal di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 5(1).
- Hariyanto, K. C. 2021. Analisis Pengaruh Komponen ognitif, Konatif, dan Afektif terhadap niat berkunjung kembali pada Restoran cepat saji kota Batam. dalam *Journal of Business Management Education*. 41- 48.
- Hastjarjo, Dizky. 2004. Berkenalan dengan Psikologi Kognitif. dalam *Jurnal Intelektual*. Vol. 2,No.2.
- Joanes, dkk. 2014. Persepsi dan Logik. Johor: Universiti Teknologi Malaysia Press.
- Kuswarno, Engkus. (2009). Fenomenologi Konsepsi,Pedoman dan Contoh Penelitian. Bandung: Widya Padajajaran.
- Miles, Mattew B dan Amichael Huberman. (2007). Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Terjemahan Tjhetjhep Rohendi Rohisi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rachma, dkk. (2022). Pelatihan Sertifikasi Halal dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Sebagai Bagian dari Scale-Up Business bagi UMKM. *Jurnal Surya Masyarakat*. 4(2).
- Rilus A, Kinseng. (2017). Strukturgensi: Sebuah Teori Tindakan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sholihah, A, Setiawan, F. (2022). Pendekatan Theory of Planned Behavior Dalam Melakukan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Sektor Halal Food di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Maneksi*. 11(2).
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- cv.Thoha, Miftah. (2012). Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta:Rajawali Pers.
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Dasar-Dasar Kegiatan UMKM.
- Zuehdi, Darmiyati. 1995. “Pembentukan Sikap”, dalam *Jurnal Cakrawala Pendidikan*. Vol.24,No.3.